

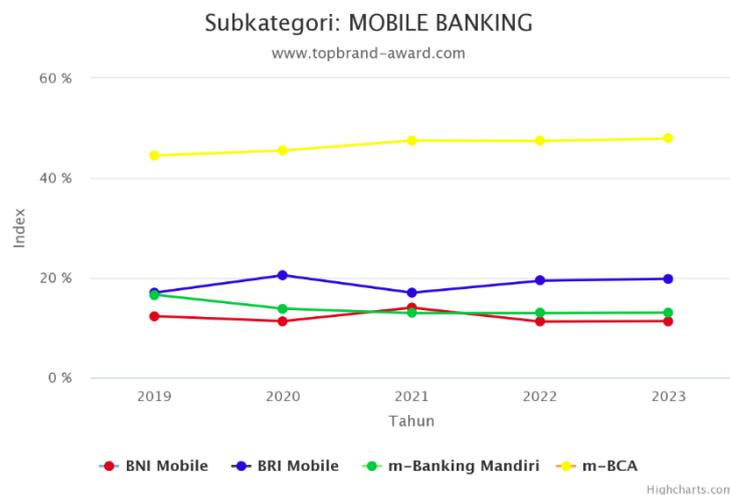
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) telah memantaskan diri untuk memegang predikat sebagai lembaga keuangan swasta non-pemerintah terbesar yang aktif beroperasi di Indonesia. Dengan komitmen teguh untuk memberikan layanan terbaik, BCA telah mengantongi kepercayaan dari hampir 15 juta nasabah. Dedikasi BCA dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya (CSR) pun tak luput dari pengakuan. Pada tahun 2022, BCA dianugerahi penghargaan Gold Champion dalam BISRA Award 2022, menjadi bukti nyata komitmen berkelanjutan BCA dalam menghadirkan program CSR yang inklusif dan membawa manfaat nyata bagi masyarakat. (Tentang BCA, 2022). Guna mempermudah layanan keuangan, *mobile banking* hadir bagi konsumen agar transaksi dapat dilakukan melalui perangkat seluler seperti gawai atau tablet. Kecepatan dan fleksibilitas layanan ini dapat mempermudah konsumen untuk mengurus berbagai kebutuhan finansial mereka. BCA meluncurkan aplikasi *mobile banking* pertamanya pada tahun 2010 dengan nama *mobile banking*. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk melakukan pemindahan dana sesama BCA, pelunasan tagihan, pembelian serta layanan lainnya melalui menu *mobile banking* BCA yang terintegrasi dengan kartu SIM. Pada tahun 2014, BCA mengembangkan aplikasi *mobile banking* baru dengan nama BCA mobile. Selain itu, ada pula layanan transfer antar bank, QRIS, cardless, lifestyle, dan lain-lain. Aplikasi ini juga tidak memerlukan kartu SIM khusus, sehingga dapat digunakan oleh semua nasabah BCA yang memiliki smartphone. Selain itu, BCA, sebagai pemain utama dalam industri perbankan Indonesia, berhasil meraih posisi

teratas untuk produk tabungan dan layanan *mobile banking* sebagai *Top Brand Index*. Keunggulan ini didukung oleh data grafik yang menunjukkan dominasi BCA dalam indeks tersebut sejak tahun 2019 hingga 2023 yang menunjukkan tren positif dan konsisten bagi BCA, disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1

Grafik *Top Brand Index* Kategori *Mobile Banking* di Indonesia (2019-2023)
(Sumber: Top Brand Index)

Data menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* BCA relatif stabil dan unggul dibanding pesaingnya. Meskipun mengalami sedikit fluktuasi persentase sejak 2019 hingga 2023, *mobile banking* BCA konsisten mempertahankan tingkat kepuasan di atas 40%, Meskipun pesaing mengalami penurunan sebesar 11% hingga 21% antara tahun 2021 hingga 2023, kajian terhadap faktor yang memiliki pengaruh pada kepuasan nasabah saat mempergunakan aplikasi *mobile banking*.

Penyelesaian Keluhan Masuk			
Tahun	Jumlah Keluhan (dalam ribu)	Keluhan Diselesaikan sesuai SLA (dalam ribu)	Persentase Penyelesaian (%)
2022	1.082	1.061	98,1%
2021	1.772	1.763	99,5%
2020	1.796	1.784	99,3%

Gambar 1.2

Jumlah Keluhan dan Penyelesaian keluhan Bank BCA (2020-2022)

(Sumber: BCA.co.id)

Berdasarkan pada gambar di atas yang berarti masih banyaknya keluhan nasabah Bank BCA. Pada tahun 2022, mayoritas interaksi nasabah BCA dengan layanan pengaduan didominasi oleh permintaan informasi (52,0%) dan kebutuhan solusi perbankan (40,3%). Hal ini menunjukkan tingginya tingkat proaktivitas nasabah dalam mencari informasi dan menyelesaikan permasalahan perbankan mereka melalui layanan BCA. Di sisi lain, persentase keluhan yang relatif rendah (7,7%) menunjukkan kualitas layanan BCA yang terjaga dan tingkat kepuasan nasabah yang cukup tinggi. Dengan persentase penyelesaian yang menurun bisa disimpulkan bahwasannya banyak nasabah yang tidak puas. BCA selalu melakukan upaya untuk menjaga kepercayaan serta harapan dan keinginan nasabah serta kepada *stakeholder*-nya. Sehingga peneliti ingin melakukan analisis faktor apa saja yang menyebabkan nasabah merasa tidak puas dan ingin mengetahui faktor apa saja yang menimbulkan para nasabah tersebut merasa puas.

Disini penulis melakukan pra-survei dengan mewawancarai nasabah pengguna *mobile banking* BCA di Kota Singaraja, 10 dari 15 orang menyatakan bahwa *mobile banking* BCA mengalami beberapa masalah diantaranya tampilan *interface* yang kurang *user friendly* dan juga terjadinya transaksi *error* atau *maintenance* tanpa adanya informasi selain itu mereka menyatakan bahwa pihak bank memerlukan evaluasi berkala terkait peningkatan keamanan (kualitas

pelayanan) melihat maraknya kasus pembobolan *mobile banking* melalui *malware* dan *phising* yang dapat membahayakan transaksi nasabah.

Keamanan *mobile banking* menjadi isu krusial di era digital. Kejahatan siber mengintai, tak hanya mengincar korporasi, tapi juga pengguna individu, termasuk nasabah BCA. Berbagai modus pembobolan rekening marak terjadi, berawal dari eksploitasi nomor ponsel.

Keluhan dari nasabah BCA terkait layanan *mobile banking* berbasis *smartphone* dan *tablet* terus bermunculan. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan layanan demi menjaga kepuasan nasabah dan citra perusahaan. Kualitas layanan *mobile banking* BCA harus menjadi perhatian utama untuk menjaga kinerja dan kepercayaan publik.

Uraian di atas didukung pula dengan penelitian-penelitian sebelumnya, pada penelitian Kusmiati (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kenaikan harga tidak berdampak pada rasa puas dan keyakinan konsumen. Hasilnya membuktikan bahwa kualitas layanan dan keyakinan konsumen berpengaruh positif di mana tidak terkena imbas pada harga.

Kepuasan pelanggan merujuk pada bagaimana seseorang menilai pengalaman mereka setelah menilai performa produk atau layanan. Jika memiliki performa yang baik, berarti ekspektasi konsumen dapat terpenuhi sedangkan ketika kebutuhan pelanggan tidak terpenuhi, kepuasan mereka berkurang. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti yang telah ditemukan dalam penelitian terdahulu. Pengalaman pelanggan secara positif berdampak besar pada tingkat kepuasan mereka (Sihombing, et al., 2022). Kemudahan penggunaan dan tingkat keamanan juga memberikan kontribusi yang baik pada kepuasan

konsumen baik terpisah atau bersamaan. (Djaja, et al., 2022). Faktor lain seperti *branding* label dan mutu layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan (Afrita, et al., 2021). Penelitian ini memusatkan perhatian pada kualitas layanan dan kemudahan penggunaan karena kualitas layanan berpengaruh dengan rasa puas konsumen (Kusmiati, 2019), sedangkan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh dominan dalam mengukur kepuasan (Amelia dan Novita, 2019).

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) dalam dunia perbankan merujuk pada kemudahan nasabah dalam menggunakan sistem teknologi informasi. Semakin mudah nasabah menggunakan layanan perbankan melalui sistem tersebut, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan. Dinyatakan juga bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan (Amunawati, 2021; Sanusi, dkk, 2022). Namun, ada penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan (Trisnawati, dkk., 2019). Meskipun ada penelitian yang tidak menemukan pengaruh signifikan, secara umum kemudahan penggunaan dianggap sebagai faktor penting dalam kepuasan nasabah perbankan.

Kajian ini dilaksanakan untuk mengeksplorasi dampak mutu layanan serta kemudahan penggunaan atas kepuasan nasabah pengguna *BCA Mobile Banking*. Metode yang diterapkan, yakni kuantitatif. Penyebaran angket untuk 120 nasabah aktif pengguna layanan *mobile banking* dilaksanakan untuk memperoleh data primer. Teknik regresi linier berganda untuk menemukan hubungan antar variabel. Tajuk penelitian yang diangkat, yakni **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *Mobile Banking* BCA”**.

1.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Persoalan pada tulisan ini terdiri atas:

- 1) Data *Top Brand Index Mobile Banking* 2021-2023 menunjukkan adanya penurunan fluktuasi.
- 2) Menurunnya presentase penyelesaian keluhan yang berpengaruh pada nasabah pengguna *mobile banking*.
- 3) Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh kepuasan pengimplementasian *mobile banking* BCA.
- 4) Masih adanya perdebatan pada hasil riset sebelumnya.

1.2 Pembatasan Masalah

Batasan masalah penelitian, yaitu mutu layanan, kemudahan penggunaan dan konsumen sebagai variable bebas dan terikat.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Atas permasalahan pada kajian ini, maka pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan, yaitu:

- 1) Apakah kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA?
- 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA?
- 3) Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA?

1.4 Tujuan Penelitian

Sasaran pelaksanaan kajian adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk menguji kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA.
- 2) Untuk menguji kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA.
- 3) Untuk menguji kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Dampak positif yang ditujukan agar dapat dirasakan dengan ditulisnya karya ini, yakni:

- 1) **Manfaat Teoritis**
Memperluas ilmu pengetahuan serta informasi pada bidang manajemen pemasaran tentang mutu layanan, kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah.
- 2) **Manfaat Praktis**
Menghasilkan wawasan berharga bagi Bank BCA untuk memperkuat strategi *mobile bankingnya* dan mempertahankan keunggulan kompetitif di masa depan. Dengan mempertahankan kualitas layanan: Pastikan layanan *mobile banking* BCA selalu andal, cepat, dan akurat untuk memuaskan nasabah. Tingkatkan kemudahan penggunaan: Sederhanakan desain dan navigasi aplikasi *mobile banking*, serta sediakan panduan dan tutorial yang mudah dipahami. Kembangkan inovasi baru: Terus

berinovasi dengan menghadirkan fitur-fitur menarik dan bermanfaat bagi nasabah. Dengan menerapkan rekomendasi ini, Bank BCA dapat memaksimalkan potensi *mobile bankingnya* dan menjadi pemimpin yang tak tertandingi dalam industri perbankan digital.

